

Erfolgreich werben.

Crossgenial.

Die Blattlinie von DER STANDARD | derStandard.at

DER STANDARD

seit MITTWOCH, 19. OKTOBER 1988 | ÖSTERREICHS UNABHÄNGIGE TAGESZEITUNG | HERAUSGEGEBEN VON OSCAR BRONNER | € 2,50

DER STANDARD | derStandard.at leben die Blattlinie in einer ebenso klaren wie anspruchsvollen Weise. Lesen Sie zunächst unsere Blattphilosophie, reden wir nachher weiter:

DER STANDARD | derStandard.at ist ein liberales Medium. Es ist unabhängig von politischen Parteien, Institutionen und Interessengruppen und wendet sich an alle Leserinnen und Leser, die hohe Ansprüche an eine gründliche und umfassende Berichterstattung sowie an eine fundierte, sachgerechte Kommentierung auf den Gebieten von Wirtschaft, Politik, Kultur und Gesellschaft stellen.

DER STANDARD | derStandard.at treten ein:

- für die Wahrung und Förderung der parlamentarischen Demokratie und der republikanisch politischen Kultur.
- für rechtsstaatliche Ziele bei Ablehnung von politischem Extremismus und Totalitarismus.
- für Stärkung der wirtschaftlichen Wettbewerbsfähigkeit des Landes nach den Prinzipien einer sozialen Marktwirtschaft.
- für Toleranz gegenüber allen ethnischen und religiösen Gemeinschaften.
- für die Gleichberechtigung aller Staatsbürger und Staatsbürgerinnen und aller Bundesländer der Republik Österreich.

Sie werden sagen: "Das können andere auch sagen." Das stimmt. Doch es kommt darauf an, mit welchem Leben die Lippenbekenntnisse erfüllt werden. DER STANDARD | derStandard.at leben die Blattphilosophie in einer ebenso klaren wie anspruchsvollen Weise. Er trennt zwischen Bericht und Kommentar, gewichtet die Ereignisse und lässt seinen Lesern den nötigen Spielraum für die eigene Meinung. So fördert er, was zugleich sein Ziel ist: eine mündige Leserschaft

DER STANDARD: Reichweite und Auflage

Reichweite	Montag–Samstag	Samstag
Leserinnen und Leser MA 2016*	389.000	468.000
nationale Reichweite MA 2016*	5,3 %	6,4 %
Entscheidungsträger LAE 2015	15,5 %	30,0 %

Auflage	Montag–Samstag	Samstag
ÖAK 2. HJ 2016		
Druckauflage	85.000	131.000
verbreitete Auflage	79.000	113.000
verkaufte Auflage	62.000	75.000
Abonnements	53.000	62.000

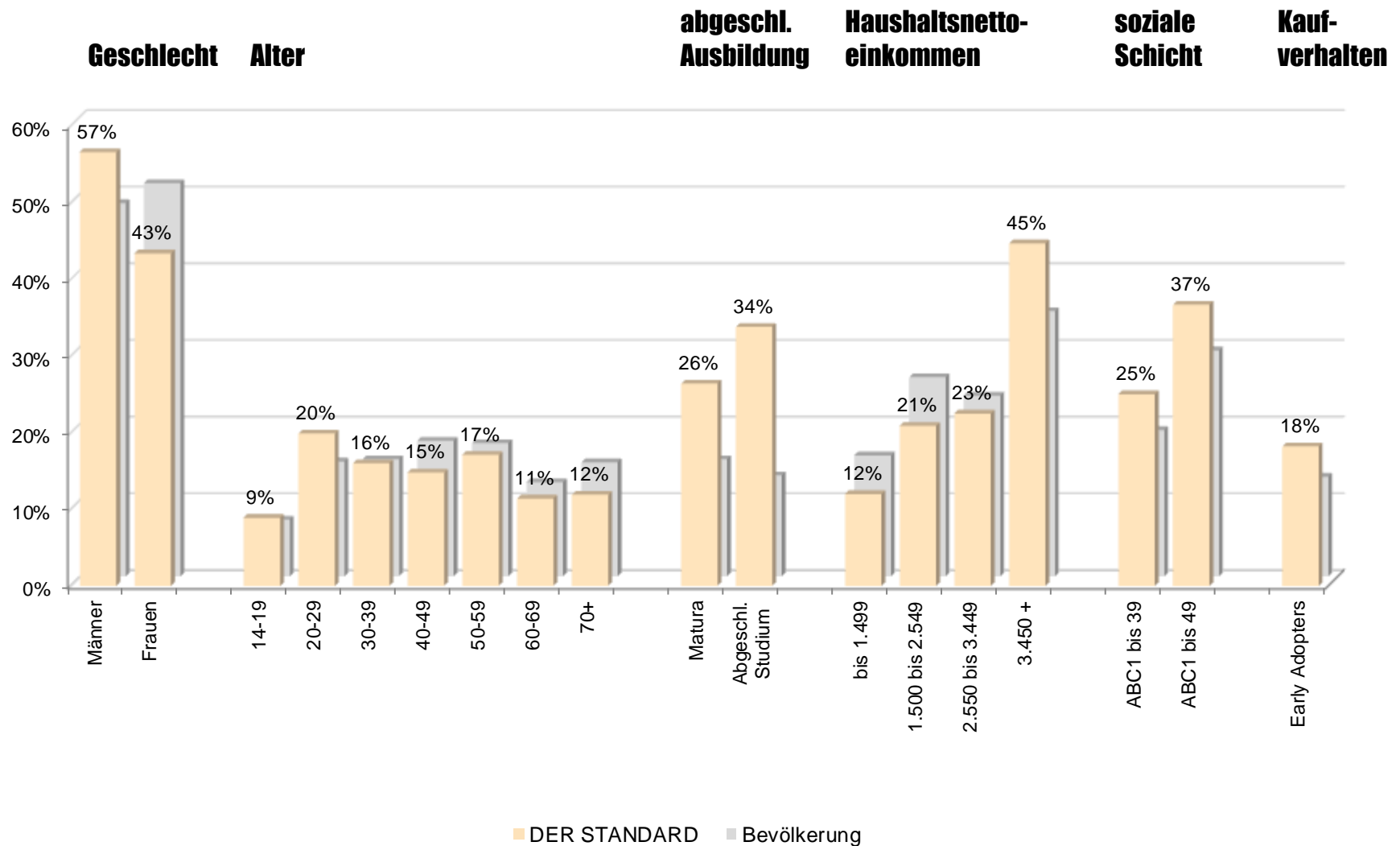
* Erhebung: Jänner – Dezember 2016



derStandard.at



DER STANDARD: Leserinnen und Leser



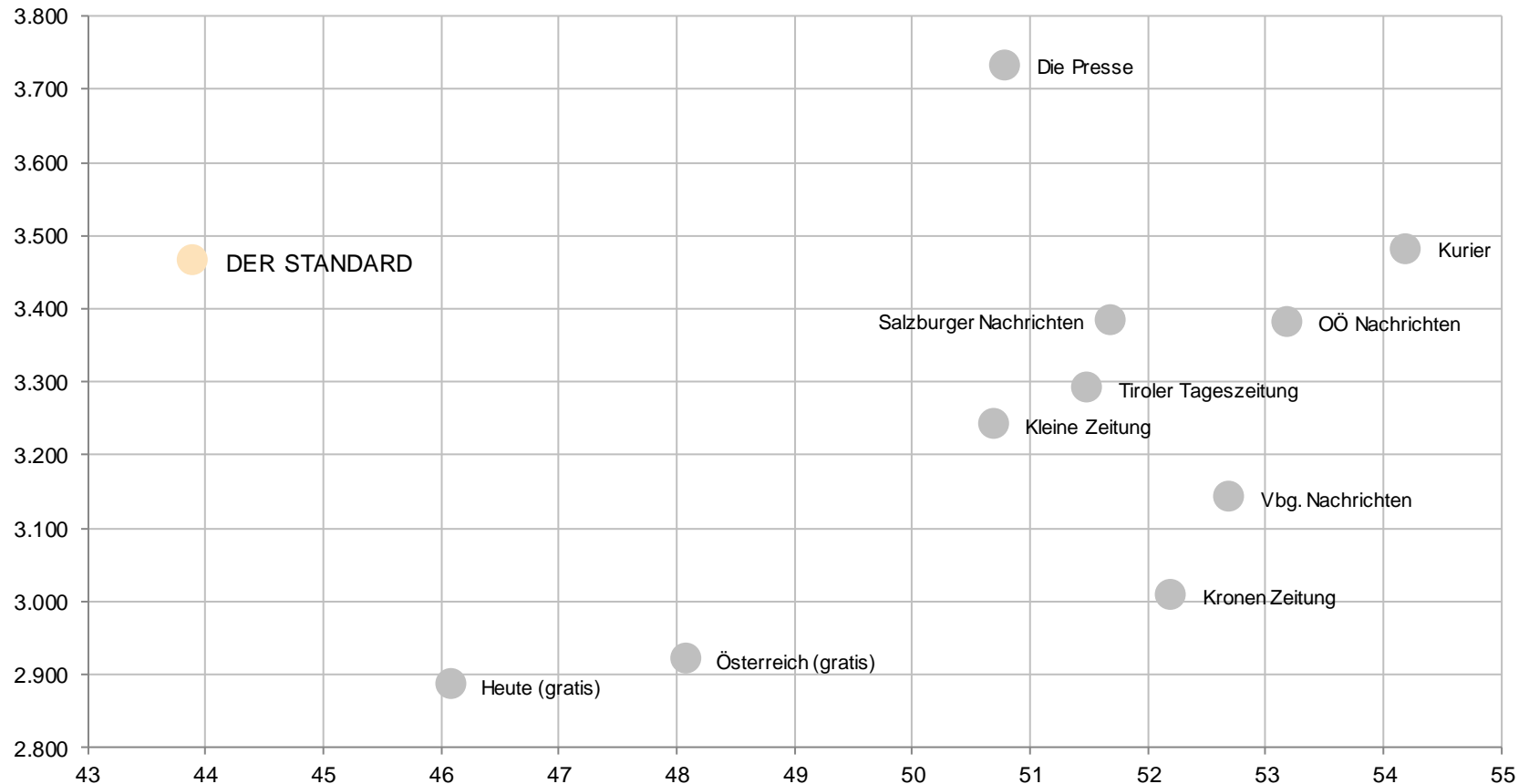
Quelle: MA 2016, Erhebung: Jänner – Dezember 2016 (Strukturwerte in Prozent)

derStandard.at



Positionierung nach Alter und Einkommen

Das durchschnittliche Alter und Haushaltsnettoeinkommen der Leserschaft.



Quelle: MA 2016, Erhebung: Jänner – Dezember 2016 (Mittelwert für Tageszeitungen)

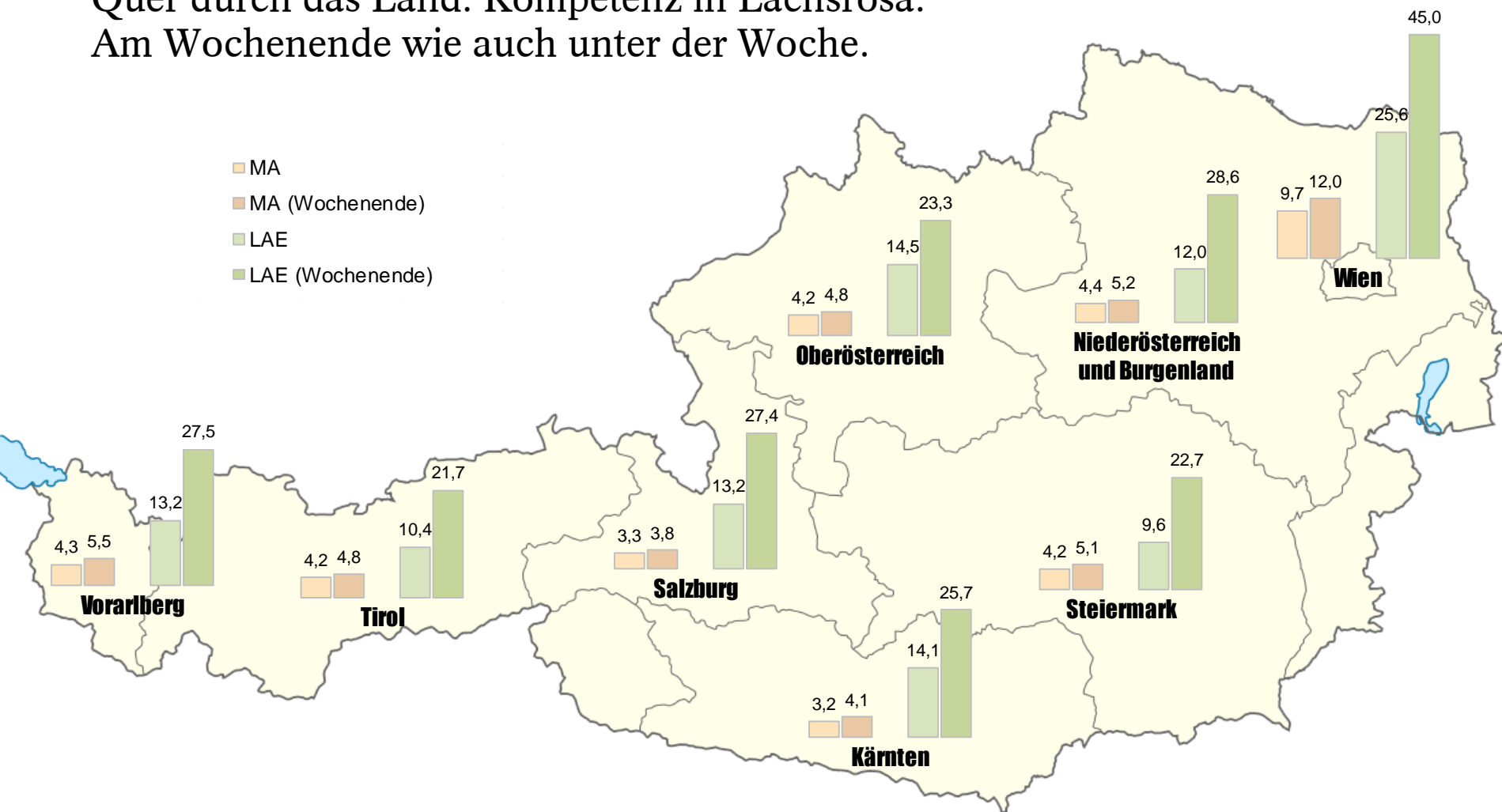
derStandard.at



Reichweite in den Bundesländern

Quer durch das Land: Kompetenz in Lachsrosa.

Am Wochenende wie auch unter der Woche.



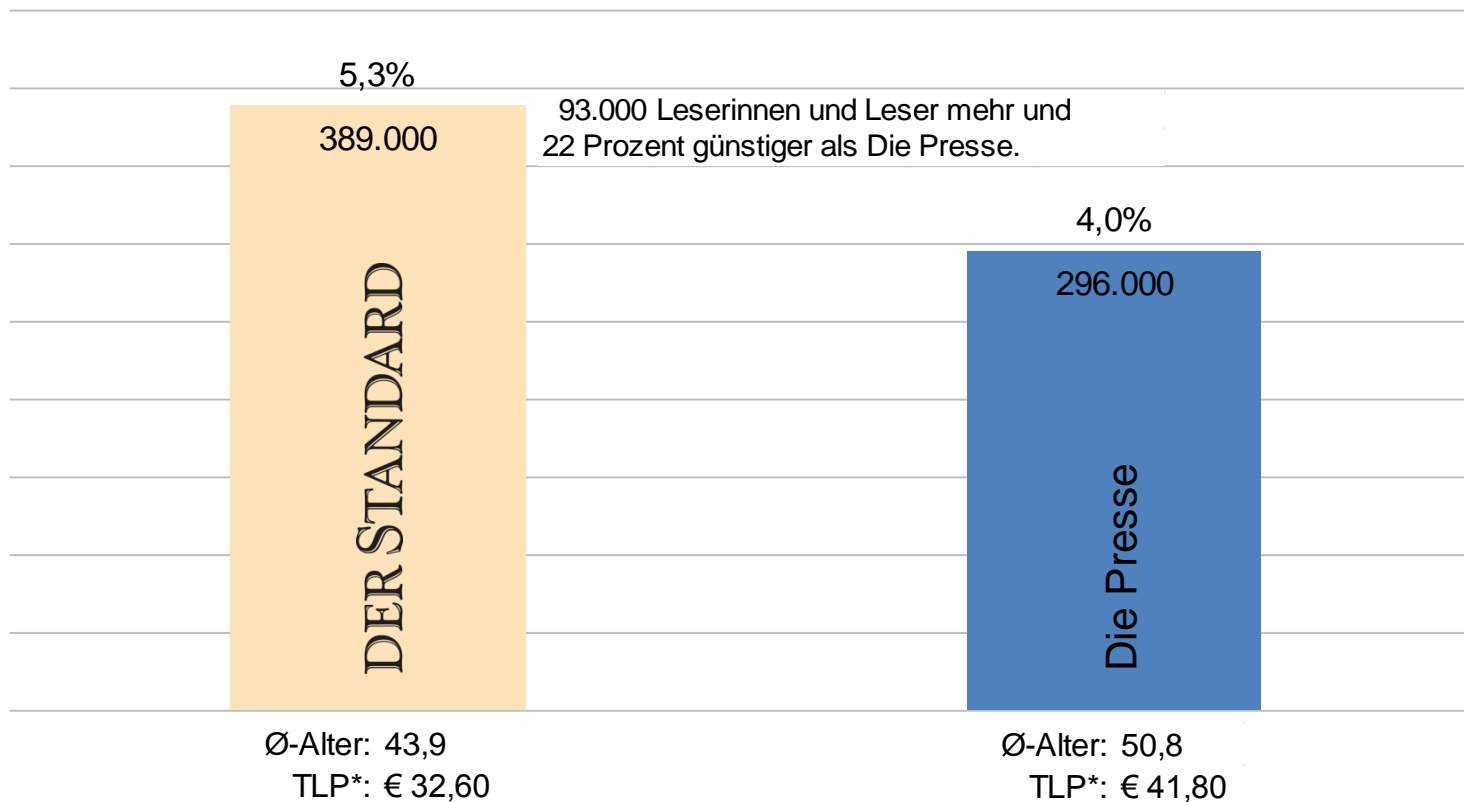
Quellen: MA 2016 (Erhebung: Jänner – Dezember 2016), LAE 2015; Bundesländerreichweiten in Prozent

derStandard.at



Wie Sie mit dem STANDARD mehr herausholen

DER STANDARD im Reichweitenvergleich mit der Presse.



* Tausend-Leser-Preis

Quelle: MA 2016 (Erhebung: Jänner – Dezember 2016), Preise lt. Stand 30. März 2017, JP 4c; Wochenschnitt

derStandard.at



Überschneidungen Tageszeitungen

Wie viele Tageszeitungs-LeserInnen Sie nur im STANDARD erreichen.



DER STANDARD
Exklusivleser 62,6 %

62,6 % aller STANDARD-Leserinnen und -Leser nutzen weder den Kurier, die Presse noch die Kronen Zeitung.

Kurier 14,5 %

Nur 14,5 % der STANDARD-Leserschaft greifen auch zum Kurier, 15,2 % zur Presse und 17,1 % zur Kronen Zeitung.

Die Presse 15,2 %

Kronen Zeitung 17,1 %

Quelle: MA 2016, Erhebung: Jänner – Dezember 2016

derStandard.at



Überschneidungen Magazine

Wie viele (wirtschafts-)politikinteressierte LeserInnen Sie nur im STANDARD erreichen.



DER STANDARD
Exklusivleser 74,5 %

74,5 % aller STANDARD-Leserinnen und -Leser nutzen weder die Magazine Trend, Gewinn, News noch Profil.

Trend 3,5 %
Gewinn 6,3 %
News 8,7 %
Profil 14,2 %

Nur 3,5 % der STANDARD-Leserschaft lesen den Trend, 6,3 % den Gewinn, 8,7 % greifen zu News und 14,2 % zum Profil.

Quelle: MA 2016, Erhebung: Jänner – Dezember 2016

derStandard.at



Überschneidungen Lifestyle Magazine

Wie viele Lifestyle-affine LeserInnen Sie nur im STANDARD erreichen.



DER STANDARD
Exklusivleser 86,9 %

86,9 % aller STANDARD-Leserinnen und -Leser nutzen weder die Lifestyle-Magazine Diva, Wiener, Wienerin noch Woman.

Diva 1,4 %
Wiener 3,3 %
Wienerin 5,4 %
Woman 5,7 %

Nur 1,4 % der STANDARD-Leserschaft lesen auch Diva, 3,3 % Wiener, 5,4 % Wienerin und 5,7 % Woman.

Quelle: MA 2016, Erhebung: Jänner – Dezember 2016

derStandard.at

DER STANDARD

Besondere Werbeformen im STANDARD

Mehr Gestaltungsfreiheit. Mehr Spielraum. Mehr Aufmerksamkeit.

Weitere
Besondere
Werbeformen
finden
Sie hier

Mantel



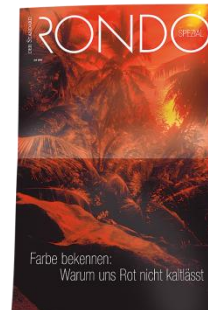
Inside Out



RONDO Tip-On



RONDO Spezial



RONDO Stanze



Vertikal-STANDARD



Farbiges Zeitungspapier



Hochbalken



Nachhaltigkeitsbericht



Bei den hier dargestellten Besonderen Werbeformen handelt es sich nur um eine Auswahl.
Mehr zum Thema finden Sie auf derStandard.at/Sales.

derStandard.at

DER STANDARD

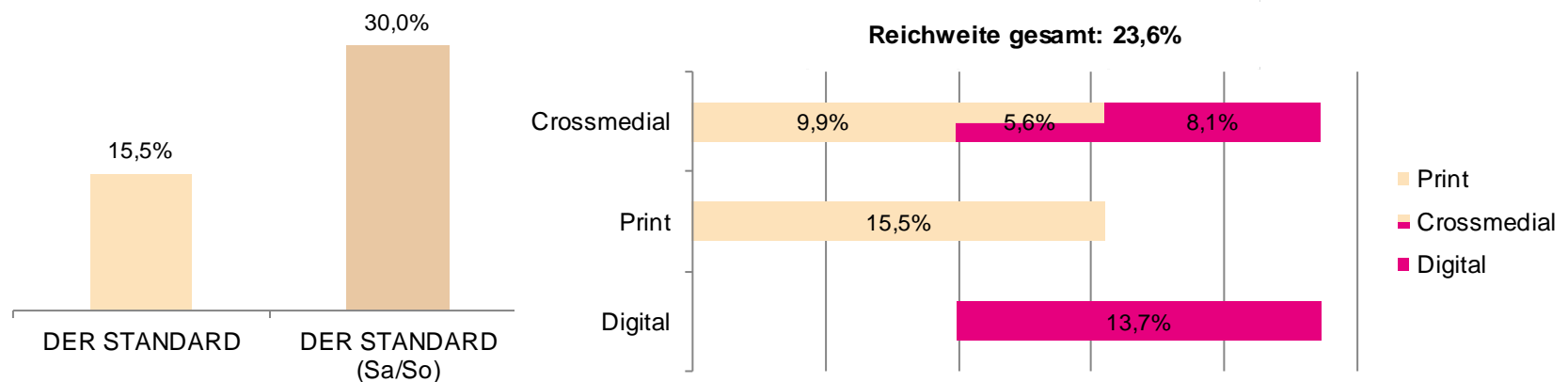
Entscheider greifen zum STANDARD...

... egal ob Print, Digital oder Crossmedial.

Print	Reichweite absolut	Reichweite in %	Akademiker-Anteil	Ø PNEK*
Montag–Samstag	52.000	15,5 %	56,0 %	€ 4.237
Samstag	100.000	30,0 %	51,0 %	€ 4.137

Digital	Reichweite absolut	Reichweite in %	Akademiker-Anteil	Ø PNEK*
Montag–Sonntag	46.000	13,7 %	57,5 %	€ 4.317

Crossmedial	Reichweite absolut	Reichweite in %	Akademiker-Anteil	Ø PNEK*
Montag–Sonntag	79.000	23,6 %	55,9 %	€ 4.277



Quelle: LAE 2015 (Print: Leser pro Ausgabe; Digital: Nutzer pro Tag; Crossmedial: Cross-Media-Reach pro Tag)

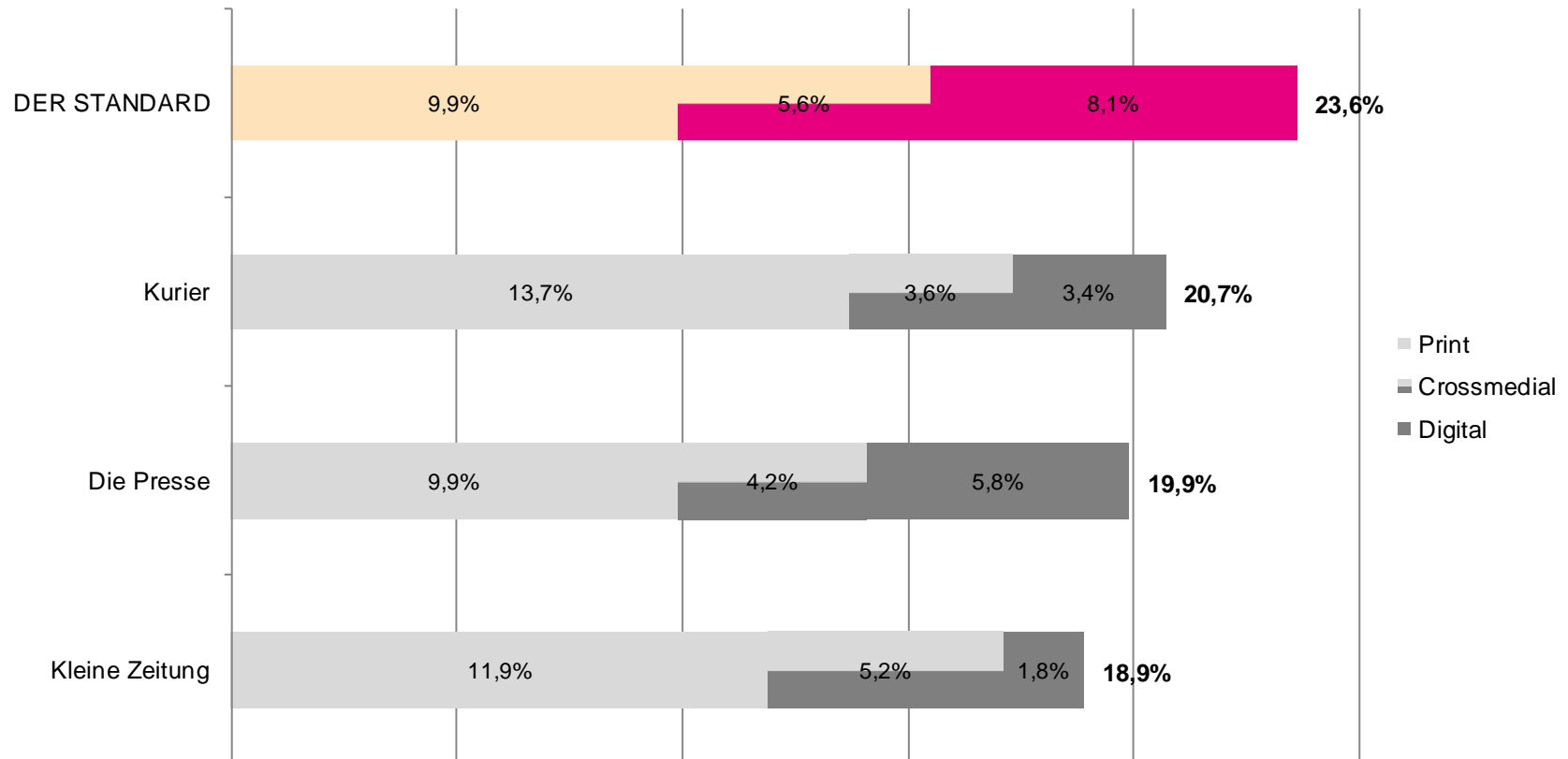
* Persönliches Nettoeinkommen

derStandard.at



Entscheider greifen zum STANDARD...

Neben den guten Reichweiten der Print-Tageszeitung ist derStandard.at auch jene Online-Plattform mit den meisten digitalen Entscheidern.



Quelle: LAE 2015 (Print: Leser pro Ausgabe; Digital: Nutzer pro Tag; Crossmedial: Cross-Media-Reach pro Tag)

derStandard.at



13

Native Advertising

zeichnet sich durch Inhalte aus, die den UserInnen einen Mehrwert bieten und sich – im für sie interessanten Umfeld – unaufdringlich in den Medienauftritt einfügen. So erzielen Sie höhere Aufmerksamkeit und besseres Involvement für Ihr Anliegen.

Ihr Vorteil: Kampagnen in hochwertigen journalistischen Umfeldern genießen eine besonders hohe Glaubwürdigkeit und Werbeakzeptanz.

Feature



Promotion



Promotion mit User-Integration



Live-Bericht





Vielen Dank für Ihr Interesse!

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.

